

PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN METODE *COST PLUS PRICING* PADA UD. VANELA

Oleh:
Reza Woran¹
Ventje Ilat²
Lidia Mawikere³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi
Universitas Sam Ratulangi Manado

email: ¹blanco_reza@yahoo.co.id

²ventje.ilat@yahoo.com

³lidiamawikere76@gmail.com

ABSTRAK

Harga jual yang ditetapkan harus mampu menentukan semua biaya yang menghasilkan laba jangka panjang. *Cost plus pricing* adalah penetapan harga dengan menambahkan sejumlah (persentase) tertentu dari harga jual atau biaya sebagai keuntungannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perusahaan menentukan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada UD. Vanela. Dalam penganalisaan data digunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan UD. Vanela menetapkan harga jual produknya masih menggunakan cara yang tradisional. Perhitungan biaya produksi yang dilakukan oleh perusahaan biasanya tidak dihitung secara rinci melainkan beberapa biaya dihitung berdasarkan biaya yang diestimasi. Harga jual produk dengan menggunakan metode ini lebih rendah dibandingkan dengan penetapan harga jual produk menurut UD. Vanela. Perusahaan sebaiknya menggunakan metode *cost plus pricing* dalam mengidentifikasi biaya-biaya produksi dan menghitung harga jual produk sehingga harga jual produk yang dicapai dapat bersaing dengan kompetitor yang memiliki usaha sejenis.

Kata kunci: harga jual, *cost plus pricing*

ABSTRACT

The sale price is determined to be able to determine all the costs that generate long-term profit. *Cost plus pricing* is the pricing by adding a number (percentage) of certain of the selling price or cost as profit. The purpose of this study was to determine how the company determines the selling price of a product by using *cost plus pricing* method at UD. Vanela. In analyzing the data used descriptive quantitative methods. The results showed UD. Vanela set product prices are still using the traditional way. Calculation of production costs made by the company are usually not calculated in detail, but some costs are calculated based on the estimated cost. The selling price of the product by using this method is lower than the selling price determination according to UD. Vanela. Companies should use the *cost plus pricing* method in identifying the costs of production and calculate the selling price of the product so that the achieved selling price can compete with competitors that have similar business.

Keywords: selling price, *cost plus pricing*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan yang menghasilkan suatu produk dalam proses produksinya memerlukan informasi mengenai berapa besar jumlah biaya yang digunakan dalam menghasilkan produk-produk tersebut dan sekaligus diharapkan dapat menghitung dan menentukan harga pokok penjualan yang tepat dan produk yang dihasilkan. Tujuan utama suatu perusahaan didirikan selain untuk memenuhi kebutuhan manusia adalah untuk mendapatkan keuntungan yang layak. Adanya keuntungan yang layak dimungkinkan suatu perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, bahkan dapat membuat usahanya menjadi lebih maju dan berkembang. Perusahaan harus selalu berusaha menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang masih dapat dijangkau oleh konsumen.

Penentuan harga jual, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan diantaranya adalah persaingan, permintaan dan penawaran, biaya, keadaan ekonomi dan lain-lain. Penetapan harga tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Faktor biaya merupakan faktor utama dalam menentukan harga jual, karena biaya menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan agar tidak mengalami kerugian.

Mulyadi (2009:26) menyatakan Terdapat dua pendekatan dalam penentuan harga pokok produksi : pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing*. Dalam metode *full costing* biaya produksi yang diperhitungkan dalam penentuan harga pokok produksi adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik baik yang berperilaku tetap dan yang berperilaku variabel. Dalam metode *variable costing*, biaya produksi yang diperhitungkan dalam perhitungan harga pokok produksi adalah hanya terdiri dari biaya produksi variabel, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Perusahaan yang menghasilkan satu atau dua jenis barang atau jasa, perhitungan harga pokok yang akurat tidak terlalu sulit, namun sebaliknya bagi perusahaan yang memiliki produk yang bervariasi maka perhitungan harga pokok produk menjadi sulit. Produksi Pia menjadi salah satu bisnis yang produknya bervariasi. Banyak perusahaan yang beroperasi di bidang yang sama sehingga memunculkan suatu persaingan. Karena itu penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana salah satu perusahaan tersebut menetapkan harga jual produknya sehingga dapat bersaing dengan para kompetitornya. UD Vanela adalah usaha yang bergerak dibidang pembuatan kue Pia yaitu Pia Cokelat, Pia Keju, dan Pia Kacang Hijau. Perusahaan ini menetapkan harga jual produknya masih menggunakan cara yang tradisional.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perusahaan menentukan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada UD. Vanela.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Biaya

Supriyono (2011:12) menyatakan akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya. Mulyadi (2009:6) menyatakan akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek akuntansi biaya adalah biaya. Akuntansi biaya memiliki tiga tujuan pokok yaitu :

1. Penentuan harga pokok produk
2. Pengendalian biaya dan
3. Pengambilan keputusan khusus

Biaya

Hannsen dan Mowen (2009:47) menyatakan biaya adalah kas atau nilai ekuivalen yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa yang akan datang bagi organisasi. Ikatan Akuntan Indonesia (2009:26) menyatakan biaya adalah penurunan manfaat ekonomis selama periode akuntansi dalam bentuk arus atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang menyebabkan turunnya ekuitas yang menyangkut pembagian pada penanam modal.

Harga Pokok Produksi

Mulyadi (2010:17) menyatakan bahwa metode penentuan harga pokok produksi adalah cara perhitungan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. *Full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap, dengan demikian harga pokok produksi menurut *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi. Mulyadi (2010:18) menyatakan bahwa *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

Penentuan Harga Jual

Kotler dan Keller (2009:439) menyatakan harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaa-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Laksana (2008:114) menyatakan beberapa tujuan penetapan harga jual yaitu :

1. *Profit maximization pricing* (maksimalisasi keuntungan).
2. *Market share pricing* (pendapatan laba untuk merebut pangsa pasar).
3. *Market skimming pricing*.
4. *Current revenue pricing* (penetapan laba untuk pendapatan maksimal).
5. *Target profit pricing*.
6. *Promotional pricing* (penetapan harga untuk promosi).

Ngadiman (2008:291) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual yaitu :

1. Permintaan konsumen
2. Selera konsumen
3. Jumlah pesaing
4. Harga jual yang ditentukan pesaing
5. Biaya

Metode Penetapan Harga

Swastha (2010:154) menyatakan bahwa metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu :

- a. *Cost plus pricing method*
Penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan.
Dalam menghitung *cost plus pricing*, digunakan rumus : $\text{Harga jual} = \text{Biaya total} + \text{Margin}$
- b. *Mark up pricing method*
Mark up pricing banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli per satuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang.
Dalam menghitung harga jual, menggunakan rumus : $\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark up}$
- c. Penentuan harga oleh produsen
Dalam metode ini, harga yang ditetapkan oleh perusahaan adalah awal dari rangkaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam saluran distribusi. Karena itu, penetapan harga oleh produsen memegang peranan penting dalam menentukan harga akhir barang. Dalam menetapkan harga jualnya,

produsen dapat berorientasi pada biaya. Proses penetapan harga dimulai dengan menghitung biaya per unit barang yang dihasilkan, kemudian menambahkan sejumlah mark up tertentu. Produsen menggunakan rumus yang mereka anggap cocok bagi mereka, tentunya berdasarkan pengamatan atas produk yang dihasilkannya. Setiap produk mempunyai pola biaya yang berbeda satu sama lainnya.

Budiarto (2011:90) menyatakan *Cost Plus Pricing* adalah penetapan harga dengan menambahkan sejumlah (presentase) tertentu dari harga jual atau biaya sebagai keuntungannya.

Penelitian Terdahulu

Slat (2013) dalam penelitiannya mengenai analisis harga pokok produk dengan menggunakan metode *full costing* dan penentuan harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dalam menentukan profitabilitas perusahaan pada CV. Anugerah Genteng Manado. Tujuan penelitian untuk mengevaluasi penentuan harga pokok produk dan penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan, untuk membandingkan dengan metode penentuan harga pokok proses dengan menggunakan pendekatan *full costing*, dan metode penetapan harga jual berdasarkan *Cost Plus Pricing*, kemudian melihat pengaruh terhadap laba perusahaan. Metode penelitian ini adalah kualitatif. Persamaan penelitian sebelumnya adalah Metode penentuan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing*. Perbedaan penelitian sebelumnya adalah Peneliti terdahulu melakukan penelitian pada CV. Anugerah Genteng Manado sedangkan penelitian ini pada UD. Vanela.

Gayatri (2013) dalam penelitiannya mengenai penentuan harga jual produk dengan metode *cost plus pricing* pada PT. Pertani (persero) cabang sulawesi. Tujuan penelitian untuk mengetahui harga jual produk benih padi dengan menggunakan pendekatan *cost plus pricing* pada pt.pertani. Metode penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Persamaan penelitian sebelumnya adalah peneliti sebelumnya menghitung harga pokok produksi secara signifikan. Perbedaan penelitian sebelumnya adalah peneliti terdahulu melakukan penelitian pada PT. Pertani (persero) sedangkan penelitian ini pada UD. Vanela.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu metode yang menganalisis masalah dengan cara mendeskripsikannya pada data-data yang sudah ada, berupa tabel perhitungan biaya produksi untuk mengetahui perbandingan biaya produksi yang dapat memberikan gambaran maupun uraian jelas mengenai analisis penggunaan informasi akuntansi diferensial dalam pengambilan keputusan menetapkan harga jual produk pada UD. Vanela.

Tempat dan Waktu Penelitian

Objek penelitian pada UD. Vanela yang bertempat di Jln. Sea Lorong Emanuel No. 7A Manado. Waktu penelitian dimulai pada bulan Maret 2014.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Tahap I : Permohonan mengadakan penelitian
2. Tahap II : Pengumpulan data
3. Tahap III : Pengolahan data
4. Tahap IV : Pengambilan Kesimpulan
5. Tahap V : Pemberian Saran

Metode Pengumpulan Data

Jenis Data

Kuncoro (2009:145) menyatakan bahwa data berdasarkan jenis data terbagi dua, yaitu sebagai berikut :

1. Data Kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka)
2. Data Kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yakni gambaran umum perusahaan dan informasi operasi perusahaan dan data kuantitatif yang berupa biaya produksi dan metode perhitungan untuk harga jual berupa metode *full costing*.

Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. (Indriantoro dan Supomo, 2012:146). Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dalam bentuk data primer yang merupakan data asli yaitu biaya produksi (biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik) dan data penjualan yang diperoleh langsung dari objek penelitian pada UD. Vanela.

Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara, kepada pimpinan perusahaan, bagian produksi, bagian pembelian untuk memberikan keterangan-keterangan yang berkaitan dengan penentuan harga jual pada UD. Vanela. Data yang diperoleh dari wawancara ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diambil dan dicatat pertama kali.

b. Studi Kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur-literatur dan sumber-sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penulisan skripsi ini.

Metode Analisis

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penganalisaan data digunakan metode deskriptif, yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data biaya produksi (biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik) dan data penjualan, menganalisis data dengan melakukan perbandingan antara teori-teori dengan data objektif yang terjadi sehingga memberikan gambaran lengkap tentang permasalahan penelitian dan penyelesaiannya, sehingga dapat ditarik kesimpulan mengenai Penentuan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* pada UD. Vanela.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sejarah Singkat Perusahaan

UD. Vanela sudah berdiri sejak tahun 2006 yang didirikan oleh ibu Jeny selaku pemilik usaha juga merangkap sebagai manajer. Ibu Jeny memilih usaha ini karena ia mempunyai seorang anak yang sangat mengemari kue pia, oleh karena itu ibu Jeny memutuskan untuk memilih usaha pia ini yang kemudian memberinya label dengan nama Vanela yang diambil dari nama anaknya sendiri yang bernama Vanela. Ide untuk memberikan label pada kue pia ini karena beberapa pelanggan yang menyarankan untuk memberikan label agar kue pia ibu Jeny lebih mudah untuk diketahui dan lebih mudah untuk dipasarkan sehingga konsumen dapat dengan mudah mengenalinya.

Pertengahan tahun 2006 salah satu dari teman ibu Jeny menawarkan untuk margin dari pengusaha yang berlatar belakang sama yaitu usaha pia yang berasal dari Gorontalo dengan perjanjian awal bahwa ibu Jeny akan mencoba resep tersebut terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk melakukan margin. Setelah mencoba resep tersebut ternyata hasilnya tidak terlalu memuaskan karena beberapa konsumen complain bahwa pia yang dibuat terlalu kering dan keras, untuk itu ibu Jeny memutuskan untuk tidak lagi menggunakan resep yang diberikan oleh rekannya itu dan mengurungkan niatnya untuk margin. Karena permintaan konsumen yang semakin sedikit dan keuangan yang semakin menipis sehingga tidak mampu lagi untuk melengkapi bahan baku. Dan akhirnya pada awal tahun 2007 ibu Jeny memutuskan untuk fakum sementara dari usaha pia.

Awal tahun 2008 ibu Jeny mencoba untuk membuka kembali usahanya yang sempat terhenti dengan mencoba resep baru yang dibuat sendiri. Untuk menemukan resep yang tepat ibu Jeny membutuhkan waktu yang cukup lama hingga akhirnya menemukan yang sesuai dengan selera konsumen. Setelah memasarkan produk tersebut ternyata respon masyarakat cukup baik dan akhirnya lambat laun jerih payah ibu Jeny membuahkan hasil, kue pia yang ia pasarkan laku dipasaran.

Melihat banyak pesanan kue pia yang semakin meningkat, ibu Jeny menggunakan beberapa pegawai, pegawainya sebanyak 3 orang. Dalam sehari ibu Jeny memproduksi 1500 buah kue pia, jadi dalam sebulan dapat menghasilkan 36000 buah dengan harga jual Rp. 800/buah dan masa kerja mulai hari senin-sabtu sehingga dalam sebulan masa kerja sebanyak 24 hari. Dan untuk daerah pemasaran sendiri masih disekitaran area manado yang dipasarkan ke beberapa supermarket dan beberapa pedagang eceran seperti di daerah winangun, kembang, wonasa dan teling. Masa ketahanan kue Pia ini hingga 1 bulan dengan ketentuan dimasukkan ke dalam lemari pendingin, tetapi jikalau tidak dimasukkan ke dalam lemari pendingin maka ketahanannya tidak lebih dari 1 bulan.

Proses Produksi

- Tahap I : Semua bahan baku dicampur kemudian dibagi dalam 3 adonan untuk rasa coklat, rasa keju, dan rasa kacang hijau.
- Tahap II : Setelah dibagi dalam tiga bagian, kemudian dibentuk menjadi bulatan-bulatan kecil dan di isi beberapa rasa, rasa coklat, keju dan kacang hijau.
- Tahap III : Setelah dibentuk dan diberi isi kemudian kue pia pun siap untuk dipanggang dalam suhu yang telah ditentukan.
- Tahap IV : Pada tahap ini adalah menjadi tahap akhir, setelah diangkat dari oven, kue pia didiamkan untuk beberapa menit ditempat yang telah disediakan, kemudian dikemas dalam kemasan plastik.

Tabel 1. Jumlah Produksi Masing-masing Jenis Pia

Jenis Pia	Taksiran Jumlah Produk yang dihasilkan			
	Per Hari	Per Minggu	Per Bulan	Per Tahun
Pia Kacang Hijau	500	3.000	12.000	144.000
Pia Cokelat	500	3.000	12.000	144.000
Pia Keju	500	3.000	12.000	144.000
Total Produksi	1500	9.000	36.000	432.000

Sumber : UD. Vanela Maret 2014

Penggolongan Biaya

1) Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan Baku Langsung yang digunakan UD. Vanela dalam memproduksi produk mereka adalah sebagai berikut:

- a. Bahan Baku Langsung untuk kulit 36.000 buah per bulan

Tabel 2. Biaya Bahan Baku Langsung Pembuatan Kulit Pia, Maret 2014

Bahan Baku Langsung (dalam satuan)	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per hari	Jumlah pemakaian Bahan Baku per Bulan	Harga Satuan (Rp)	Biaya Bulanan (Rp)
Tepung (kg)	1	24	175.000	4.200.000
Gula Tepung (kg)	1	24	16.000	384.000
Mentega (kg)	2	48	16.500	792.000
Minyak Nabati (liter)	10	240	13.000	3.120.000
Telur Ayam (buah)	6	144	1.500	216.000
Air (galon)	1	24	10.000	240.000
Total				8.952.000
Biaya Bahan Baku Langsung (kulit) per rasa				2.984.000

Sumber : UD. Vanela Maret 2014

UD. Vanela untuk biaya bahan baku dalam memproduksi 36.000 buah sebulan adalah Rp. 8.952.000 dan untuk masing-masing jenis pia adalah Rp. 2.984.000.

- b. Bahan Baku Langsung Rasa Kacang Hijau

Tabel 3. Bahan Baku Langsung Pembuatan Pia Kacang Hijau, Maret 2014

Bahan Baku Langsung (dalam satuan)	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per hari	Jumlah pemakaian Bahan Baku Langsung per bulan	Harga Satuan (Rp)	Biaya Bulanan (Rp)
Kacang Hijau (kg)	1	24	20.000	480.000
Gula Pasir (kg)	2	48	12.000	576.000
Minyak Goreng (liter)	1	24	12.500	300.000
Temo (ons)	0.5	12	5.000	60.000
Total				1.416.000

Sumber : UD. Vanela Maret 2014

c. Bahan Baku Langsung Rasa Cokelat

Tabel 4. Biaya Bahan Baku Langsung Pembuatan Pia Cokelat, Maret 2014

Bahan Baku Langsung (dalam satuan)	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per hari	Jumlah pemakaian Bahan Baku Langsung per bulan	Harga Satuan (Rp)	Biaya Mingguan (Rp)
Cokelat Pasta (kg)	2,5	60	35.000	2.100.000
Total				2.100.000

Sumber : UD. Vanela Maret 2014

d. Bahan Baku Langsung Rasa Keju

Tabel 5. Biaya Bahan Baku Langsung Pembuatan Pia Keju, Maret 2014

Bahan Baku Langsung (dalam satuan)	Jumlah Pemakaian Bahan Baku Langsung per hari	Jumlah pemakaian Bahan Baku Langsung per bulan	Harga Satuan (Rp)	Biaya Bulanan (Rp)
Keju (kg)	1	24	42.000	1.008.000
Gula Tepung (kg)	1	24	16.500	396.000
Susu (ons)	1	24	8.000	192.000
Tepung pencampur (kg)	1	24	10.000	240.000
Total				1.836.000

Sumber : UD. Vanela Maret 2014

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Jumlah tenaga kerja langsung yang terlibat dalam proses produksi berjumlah 3 orang, 1 orang dibagikan pia rasa kacang hijau, 1 orang dibagikan pia rasa cokelat dan 1 orang dibagikan pia rasa keju. Tenaga kerja ini dibayar perhari dengan upah harian untuk pia rasa kacang hijau Rp. 70.000, pia rasa cokelat Rp. 65.000, dan pia rasa keju Rp. 60.000. Karena proses produksi dilakukan per bulan maka upah tenaga kerja langsung dihitung 1 bulan :

Tabel 6. Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Jenis Pia	Jumlah Tenaga Kerja Langsung	Biaya Tenaga Kerja Langsung per hari (Rp)	Upah Bulanan 24 Hari (Rp)
Kacang Hijau	1	70.000	1.680.000
Cokelat	1	65.000	1.560.000
Keju	1	60.000	1.440.000
Total Biaya Tenaga Kerja Langsung per bulan			1.170.000

Sumber : UD. Vanela Maret 2014

3) Biaya Overhead Pabrik

Tabel 7. Pengklasifikasian Biaya Overhead Pabrik, Maret 2014

Biaya Overhead Pabrik (Rp)		
Kendaraan	9.000.000	Tetap
Peralatan (Oven)	500.000	Tetap
Listrik dan Air	500.000	Variabel
Bensin	600.000	Variabel
Gas	408.000	Variabel
Minyak Tanah	192.000	Variabel

Sumber : UD. Vanela Maret 2014

Tabel 8. Biaya Overhead Pabrik Tetap Maret 2014

Jenis Biaya	Total Biaya (Rp)
Biaya overhead pabrik tetap	
- Penyusutan Kendaraan	9.000.000
- Penyusutan Peralatan (Oven)	500.000
Total Biaya Overhead Pabrik Tetap	9.500.000

Sumber : UD. Vanela Maret 2014.

Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa total biaya overhead pabrik tetap pada UD. Vanela selama bulan maret adalah sebesar Rp. 9.500.000.

Tabel 9. Biaya Overhead Pabrik Variabel Maret 2014

Jenis Biaya	Total Biaya (Rp)
Biaya Overhead Pabrik Variabel :	
- Biaya Listrik dan Air	500.000
- Biaya Bensin	600.000
- Biaya Gas	408.000
- Biaya Minyak Tanah	192.000
Total Biaya Overhead Pabrik Variabel	1.700.000

Sumber : UD. Vanela Maret 2014.

Tabel 9 di atas menunjukkan bahwa total biaya overhead pabrik variabel pada UD. Vanela selama bulan maret adalah sebesar Rp. 1.700.000.

Harga Pokok Produksi dengan menggunakan Metode Cost Plus Pricing

Tabel 10. Pia Kacang Hijau Maret 2014

Bahan Baku Langsung	
- Kulit	2.984.000
- Rasa	1.416.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	4.680.000
Biaya Overhead Pabrik Tetap	9.500.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	1.700.000
Total Biaya Produksi	<u>20.280.000</u>

Sumber : Hasil Olahan, 2014

Tabel 10 di atas menunjukkan bahwa total biaya produksi pia kacang hijau selama bulan Maret 2014 adalah Rp. 20.280.000 dengan jumlah pia yang dihasilkan sebulan adalah 36.000 buah. Maka harga pokok produk dapat dihitung sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Pokok Produk} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi se bulan}} \\
 &= \frac{\text{Rp.20.280.000}}{36.000} \\
 &= \text{Rp. 563}
 \end{aligned}$$

Selanjutnya, harga jual produk dapat dihitung dengan menjumlahkan Total Biaya Produksi dengan laba yang ditetapkan sebesar 30% kemudian dibagi dengan Total Produksi Produk selama sebulan. Perhitungannya sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual Produk} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi} + \text{Laba Yang Diharapkan}}{\text{Total Produksi se bulan}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 20.280.000} + (30\% \times \text{Rp. 20.280.000})}{36.000} \\
 &= \frac{\text{Rp. 26.364.000}}{36.000} \\
 &= \text{Rp. 732}
 \end{aligned}$$

Tabel 11. Pia Cokelat Maret 2014

Bahan Baku Langsung	
- Kulit	2.984.000
- Rasa	2.100.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	4.680.000
Biaya Overhead Pabrik Tetap	9.500.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	1.700.000
Total Biaya Produksi	<u>20.964.000</u>

Sumber : Hasil Olahan, 2014

Tabel 11 di atas menunjukkan bahwa total biaya produksi pia coklat selama bulan Maret 2014 adalah Rp. 20.964.000 dengan jumlah yang dihasilkan sebulan adalah 36.000 buah. Maka harga pokok produk dapat dihitung sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Pokok Produk} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi se bulan}} \\
 &= \frac{\text{Rp.20.964.000}}{36.000} \\
 &= \text{Rp. 582}
 \end{aligned}$$

Selanjutnya, harga jual produk dapat dihitung dengan menjumlahkan Total Biaya Produksi dengan laba yang ditetapkan sebesar 30% kemudian dibagi dengan Total Produksi Produk selama sebulan. Perhitungannya sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual Produk} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi} + \text{Laba Yang Diharapkan}}{\text{Total Produksi se bulan}} \\
 &= \frac{\text{Rp. 20.964.000} + (30\% \times \text{Rp. 20.964.000})}{36.000} \\
 &= \frac{\text{Rp.27.253.000}}{36.000} \\
 &= \text{Rp. 757,03}
 \end{aligned}$$

Tabel 12. Pia Keju Maret 2014

Bahan Baku Langsung	
- Kulit	2.984.000
- Rasa	1.836.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	4.680.000
Biaya Overhead Pabrik Tetap	9.500.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	1.700.000
Total Biaya Produksi	<u>20.700.000</u>

Sumber : Hasil Olahan, 2014

Tabel 12 menunjukkan bahwa total biaya produksi pia keju selama bulan Maret 2014 adalah Rp. 20.700.000 dengan jumlah tahu yang dihasilkan sebulan adalah 36.000 buah. Maka harga pokok produk dapat dihitung sebagai berikut.

$$\begin{aligned}\text{Harga Pokok Produk} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi se bulan}} \\ &= \frac{\text{Rp. 20.700.000}}{36.000} \\ &= \text{Rp. 575}\end{aligned}$$

Selanjutnya, harga jual produk dapat dihitung dengan menjumlahkan Total Biaya Produksi dengan laba yang ditetapkan sebesar 30% kemudian dibagi dengan Total Produksi Produk selama sebulan. Perhitungannya sebagai berikut.

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual Produk} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi} + \text{Laba Yang Diharapkan}}{\text{Total Produksi se bulan}} \\ &= \frac{\text{Rp. 20.700.000} + (30\% \times \text{Rp. 20.700.000})}{36.000} \\ &= \frac{\text{Rp. 26910.000}}{36.000} \\ &= \text{Rp. 747,5}\end{aligned}$$

Perbandingan harga jual produk menurut perusahaan dengan *metode Cost Plus Pricing* memperoleh selisih untuk pia rasa kacang hijau Rp. 68, pia rasa coklat Rp. 42, 97, dan pia rasa keju Rp. 52,5.

Tabel 13. Perbandingan Harga Jual Produk Perusahaan Dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Jenis Pia	Perusahaan	<i>Cost Plus Pricing</i>	Selisih
Pia Kacang Hijau	Rp. 800	Rp. 732	Rp. 68
Pia Cokelat	Rp. 800	Rp. 757,03	Rp. 42,97
Pia Keju	Rp. 800	Rp. 747,5	Rp. 52,5

Sumber : Hasil Olahan, 2014

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk meminimumkan harga jual sehingga bisa bersaing dengan kompetitor yang mempunyai usaha sejenis. UD. Vanela menetapkan harga jual produknya masih menggunakan cara yang tradisional. Perhitungan biaya produksi yang dilakukan oleh perusahaan biasanya tidak dihitung secara rinci melainkan beberapa biaya dihitung berdasarkan biaya yang diestimasi atau diperkirakan oleh perusahaan. Metode *cost plus pricing* yakni menghitung seluruh pengeluaran yang terjadi mulai dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik, menghitung harga pokok produksi kemudian menetapkan harga jual produk dengan menambahkan laba yang diharapkan. Penetapan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* lebih murah dibandingkan dengan penetapan harga jual produk menurut UD. Vanela. Hasil ini menunjukkan bahwa metode *cost plus pricing* sangat tepat diterapkan pada perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan kue Pia. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Gayatri (2013) yang menunjukkan hasil yang positif dengan menggunakan metode *cost plus pricing* yaitu harga jual produk menjadi lebih rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* sangat tepat digunakan oleh perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini yaitu UD. Vanela menerapkan perhitungan harga pokok produksi masih sangat sederhana, sehingga terdapat beberapa unsur biaya perusahaan yang tidak dimasukkan oleh perusahaan. Perusahaan menggunakan metode rata-rata sehingga perhitungan biaya produksi dan penetapan harga jual produk semua dihitung secara bersama.

Saran

Saran dari penelitian ini:

1. Perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dapat mengidentifikasi secara signifikan biaya-biaya produksi per produk.
2. Untuk dapat bersaing, pihak UD. Vanela dapat mempertimbangkan cara penentuan harga jual produk berdasarkan *cost-plus pricing*, di mana harga jual yang ditentukan sudah termasuk seluruh biaya yang dianggarkan pengeluarannya serta tingkat keuntungan yang diharapkan akan diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, Teguh. 2011. *Dasar Pemasaran*. Raja Grafindo, Yogyakarta.
- Gayatri Winny. 2013. *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada PT.Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Utara*. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3388/2931>. *Jurnal EMBA* ISSN 2303-1174 Vol. 4, Manado, Diakses 19 Mei 2014. Hal 1770-1891.
- Hansen Don R & Mowen Maryanne. 2009. *Akuntansi Manajerial*. Edisi kedelapan. (Diterjemahkan oleh: Dani Arnos Kwary). Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan (SAK)*. Salemba Empat, Jakarta.
- Indriantoro & Bambang Supomo. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis, Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE, Yogyakarta.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2. Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* Edisi 3. Erlangga, Jakarta.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran : Pendidikan Praktis*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*. Penerbit Aditya Media, Yogyakarta.
- Mulyadi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Ngadiman. 2008. *Manajemen Pemasaran, Marketing Jilid 2*. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Jakarta.
- Slat Andre Henry. 2013. *Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode Full Costing dan Penetapan harga Jual*. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1638/1309>. *Jurnal EMBA* ISSN 2303-1174 Vol. 3, Manado. Diakses 19 Mei 2014. Hal 110-117.
- Supriyono R.A. 2011. *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Cetakan Kelima Belas. BPFE, Yogyakarta.
- Swastha Basu, 2010, *Manajemen Penjualan* Edisi 3, Biro Penerbit Fakultas Ekonomi (BPFE), Yogyakarta.